

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang.
2. Variabel akuntabilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang namun tidak signifikan.
3. Variabel pertanggungjawaban berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang namun tidak signifikan.
4. Variabel independensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang.
5. Variabel kewajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KC Malang.
6. Dari kelima variabel bebas baik transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi, dan kewajaran, secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi BNI Syariah Kantor Cabang Malang

Penerapan prinsip *good corporate governance* menjadi suatu hal yang penting karena terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu penerapan prinsip *good corporate governance* yaitu *transparency, accountability, responsibility, independency*, dan *fairness* selalu dijaga dan meningkatkan penilaian melalui *self assessment*. Karena selain menguntungkan dari sisi pendapatan pembiayaan maupun tabungan, loyalitas merupakan suatu sikap dari nasabah yang tidak dapat diukur dan dapat sering berubah.

2. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu bagi peneliti yang akan datang, hendaknya menambah variabel indikator yang lebih banyak dan bervariasi karena dalam penelitian ini variabel independen hanya bisa menjelaskan variabel dependen 28%, sedangkan sisanya yaitu 72% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian atau faktor lainnya.